

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Aaker, David and G.Myers. 1992. Advertising Management .India: Prenice Hall of India,Private Ltd.

Arikunto.S. 1998. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, S. 2002. Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan praktek. Jakarta: PT Rineka Cipta

Belch, dan Belch. 2009. Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective. United States : McGraw-Hill.

Ivancevich, Konopaske, T Matteson. 2006. Perilaku dan Manajemen Organisasi. Gelora Aksara Pratama

Keller, Kevin L. 2003. Startegic Brand Management. Building, Measuring and Managing Brand Equity. New Jersey. Pearson Education Inc.

Kotler, Philip. 2000. Managemen Pemasaran, Perspektif Asia. Yogyakarta. Andi Offset

Kotler, Philip. 2005. Managemen Pemasaran Jilid 1 (terjemahan Hendra Teguh dkk). Jakarta. PT. Indeks.

Kottler, Philip dan Gary, Amstrong. (2008). Prinsip prinsip Pemasaran Jilid 1. Jakarta. Erlangga.

- Kotler Philip. 2005. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Jilid I. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas), PT. Indeks, Jakarta,
- Kotler, Amstrong . 2010. Principles Of Marketing. 13 Edition. New Jersey . Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
- Kriyantono, Rachmat. 2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kussudyarsana, 2004. Fenomena Selebritas Sebagai Model Iklan Dari Sudut Pandang Sumber Pesan. Benefit Volume 8 No.2 Hal. 151-159
- LittleJohn, Stephen W. 2012. Theories of Human Communication – Fifth Edition. Terjemahan edisi Indonesia 1 (Chapter 1-9), dan edisi Indonesia 2 (Chapter 10-16). Jakarta: Salemba Humanika
- Littlejohn, Stephen W. and Karen A. Foss. 2009. Encyclopedia of Communication Theory (book 1). SAGE Publications, Inc. USA.
- Malhotra, Naresh K. 2005. Riset Pemasaran. (Pendekatan Terapan). Terjemahan Soleh Rusyadi M. Jakarta PT.Indeks Kelompok Gramedia
- Mowen, John.C dan Michael Minor. 2001. Perilaku Konsumen. Alih bahasa LinaSalim. Jilid 2. Edisi 5. Erlangga. Jakarta.

- Noviandra, Mahestu, 2006. Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja. Kasus Pada Bintang Akademi Fantasi Indosiar.
- Richard West, Lynn H.Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Buku 2) (Edisi 3) Jakarta: Salemba Humanika
- Riyanto. 2008. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta. Penerbit GPFE.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy. 2001. Metode Penelitian. Jakarta. Gramedia.
- Setiawan, Ahmad Ikhsan. 2002. Analisis Perilaku Konsumen dan Lingkungan Bisnis Sebagai Masukan Strategi Pemasaran Jasa: Studi Kasus Pada Warnet Pointer. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 2, No. 1, Mei 2002 Surakarta
- Shimp, Terrence A. 2003. Periklanan dan promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta. Erlangga.
- Siregar, Syofyan. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Prenada Media Group. Jakarta.
- Slameto. 1995. Belajar Dan Factor-faktor Yang Mempengaruhinya (Jakarta : Rineka cipta). Edisi revisi
- Solomon. 2009. Consumer Behavior, Buying, Having and Being. Eighth Edition. New Jersey : Prentice Hall.

Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kesembilan. Bandung. Penerbit CV Alpha Betha.

Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran, Edisi 1. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Swastha dan Handoko. 2002. Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen. Edisi I. Yogyakarta. BPFE

Jurnal :

Ishak, Asmai.. (1996). “Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya”. Jurnal Siasat Bisnis (JSB), vol 3 (1), 28 Nopember

Heruwati, Eni. “2010”. “Pengaruh Kredibilitas, Daya Tarik, dan Keahlian Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

Kover Arthur J., Stephen M. Goldberg, and William L. James, 1995, “Creativity vs Effectiveness ? An Integrating Classification for Advertising,” Journal of Advertising Research, November-December.

Mowen, J.C. & Brown, S. (1981). “On explaining and predicting the effectiveness of celebrity endorsers. Advances in Consumer Research, 8, pp. 437–441.